

## Inserção do Prestígio

A **imprensa**, assumida num conceito geral de veículo difusor do conhecimento entre as populações, quer na sua componente comum de informação ou na perspectiva básica de formação, tem hoje múltiplos suportes físicos (jornais, revistas, rádio, televisão e vídeo) e portanto diferentes formas editoriais.

De facto, são específicas as características descritivas da **imprensa escrita**, para deleite na leitura. Muito particulares são as propriedades insistentes da **imprensa sonora**, a fim de inculcar a presença da mensagem transmitida. E peculiares os desempenhos da **imprensa visual**, pela síntese da fala e o reforço da imagem.

Na comunicação impressa é costume dividir as publicações em jornais e revistas, que se distinguem sob variados critérios. Os **jornais** produzem-se em papel de inferior qualidade e preocupam-se mais com a informação e menos com a formação, porque a sua periodicidade de saída é reduzida (diária ou semanal). As **revistas** atendem bastante ao aspecto gráfico, tanto na qualidade do papel como na impressão a cores, e o conteúdo orienta-se principalmente para a formação sem descurar a informação, pelo que a frequência de saída será baixa (mensal a trimestral). Resultam daí dois estilos literários bem distintos. No entanto, casos há de **hibridização**, tentando beneficiar das vantagens de ambas as metodologias: revistas com carácter informativo (sobretudo semanais e para o grande público) e jornais de índole formativa (em especial, culturais).

Parece pois preferível repartir as publicações segundo a sua natureza procurando identificar os respectivos objectivos com os segmentos do mercado leitor. Enquanto a **imprensa de informação geral** inclui jornais diários, semanários e revistas de actualidade, a **imprensa especializada** engloba jornais e revistas sectoriais para tratamento de modas, decoração, construção, energia, informática, fotografia, etc.

Mesmo no âmbito da imprensa especializada descortinam-se vocações variadas tanto em jornais como em revistas. Neste último caso as **revistas de divulgação** dirigem-se ao grande público, descrevendo os temas técnicos sem análises profundas. As **revistas científicas** difundem o conhecimento criado pela investigação. As **revistas tecnológicas** orientam a sua mensagem para os profissionais, abordando os assuntos técnicos com verosimilhança científica, ao mesmo tempo que fornecem informações técnicas actuais.

É neste quadro que as Empresas podem seleccionar os veículos de difusão para os seus produtos e serviços. Consoante os alvos a atingir, assim os gestores de contas publicitárias escolhem este ou aquele suporte, este ou aquele meio. A revista **ELECTRICIDADE** é um exemplo de uma revista tecnológica, pois pretende formar e informar sobre a engenharia electrotécnica e electrónica, nas suas concepções fundamentais e nas aplicações, afinal na vasta área da moderna utilização de electricidade. Esta vocação híbrida de Ciência e Tecnologia tem-se revelado apetecida num conjunto extenso de leitores, desde estudantes a docentes, investigadores e profissionais de engenharia, gestores de empresas industriais e directores de serviços técnicos, responsáveis de organismos públicos e decisores de associações industriais.

O prestígio da **ELECTRICIDADE** passa além fronteiras. Chega ao Brasil, onde desfruta de grande audiência ao mais alto nível, despertando interesse nos autores brasileiros para publicarem os seus originais nestas páginas. São inúmeros os assinantes noutros países de língua oficial portuguesa, sobretudo Angola e Moçambique, mas também Cabo Verde, Guiné-Bissau e São Tomé e Príncipe. A circulação porém atinge todos os continentes do planeta: Canadá, E.U.A. México, Cuba, Japão, Macau, União Soviética, Roménia, Hungria e todos os países da Comunidade Europeia.

Neste momento é frequente o contacto de empresas e entidades do espaço comunitário, nacionais e estrangeiras com a **ELECTRICIDADE**. É o sinal de que 1993 se avizinha: há que procurar modos eficientes de penetrar nos mercados. Esta Revista Portuguesa de Ciência e Tecnologia está vocacionada para mostrar ao mundo o percurso que traçamos na modernidade pelas novas tecnologias. As empresas com actividade em Portugal já percebem que a informação acerca dos seus produtos e serviços na **ELECTRICIDADE**, mais que mera divulgação ocasional, é rodeada de elevado prestígio. Disso nos dá conta o impacto alcançado no potencial mercado único europeu, por intermédio de constantes convites para participar em manifestações internacionais.

Só nos falta mostrar que também as empresas apoiantes da publicação compreendem a nossa mensagem de inovação. O ano de 1990 dará resposta.

